



Dagmar G. Wöhrl MdB

Vorsitzende des Ausschusses für wirtschaftliche
Zusammenarbeit und Entwicklung, ordentliches Mitglied im
Ausschuss für Kultur und Medien sowie stellvertretendes
Mitglied im Auswärtigen Ausschuss des Deutschen
Bundestages.

Postanschrift:

Palast der Republik 1, 11011 Berlin
Tel: 030 227-71235
Fax: 030 227-76385

Wahlkreis

Jakobstraße 46, 90402 Nürnberg
Tel: 0911 2415 4416
Fax: 0911 2029 212
Email: kontakt@dagmar-woehrl.de
Web: www.dagmar-woehrl.de

Montag, 26. April 2010

Rede

Mittelstand, Unternehmertum und kooperative Ökonomie

Dagmar Wöhrl

Anlässlich der Partnerschaftsversammlung von Opticland am 19.4.2010 in Nürnberg

Sehr geehrte Damen und Herren,

es gibt nur wenige Branchen von denen man behaupten kann, dass sie ihren Kunden zum Durchblick verhelfen - deren Produkte eine klarere Sicht der Dinge schaffen.

Die Augenoptiker zählen sicherlich dazu. Und im Zuge des demografischen Wandels wächst ihre Bedeutung (Stichwort: Alterssichtigkeit).

Die Alterung der Gesellschaft verschafft langfristig gute Geschäftsaussichten. Aber wie sieht die aktuelle Lage aus? Morgen (20.4.) stellt der ZVA (Zentralverband der Augenoptiker) die wichtigsten Branchenkennzahlen für 2009 vor.

Ich bin gespannt, wie sich die Augenoptiker durch das Krisenjahr 2009 gekämpft haben. In den letzten Jahren ist der Branchenumsatz kontinuierlich gestiegen – ebenso wie die Beschäftigten- und Auszubildendenzahlen (Drei Viertel des Nachwuchses ist weiblich). 2008 lag die Arbeitslosenquote in der Branche bei lediglich 2,7%. Das ist beeindruckend.

Natürlich hat die Wirtschaftskrise auch die Augenoptiker getroffen. Aber ich denke, dass die morgigen Zahlen zeigen werden, dass die Branche glimpflicher durch die Krise gekommen ist, als befürchtet. Soweit ich informiert bin, ist der Branchenumsatz 2009 um ca. 1,5% gegenüber dem Vorjahr gestiegen (informelle Angabe des ZVA).

Und auch Daten der Gesamtwirtschaft geben Anlass zum Optimismus.

Die Industrieproduktion legt zu Jahresbeginn weiter zu.

Und auch der Handel kann sich behaupten. Mehr als drei Viertel der Händler bewerten ihre Lage als gut oder befriedigend (DIHK-Handelsreport 2010).

Was die Erwartungen für 2010 angeht, blickt der Großhandel wieder mit deutlich mehr Optimismus in die Zukunft als im Vorjahr. Die Erwartungen im Einzelhandel bleiben dagegen etwas zurückhaltender, aber sie verbessern sich immerhin leicht.

Einleitung / Wirtschaftslage

Das lange Zeit befürchtete "dicke Ende" beim Konsum dürfte ausbleiben – vor allem dank des erfreulich robusten Arbeitsmarktes. Die Arbeitslosigkeit ist im März saisonbereinigt gesunken – sowohl gegenüber dem Vormonat (-1,3%) als auch gegenüber dem Vorjahr (-0,5%).

Gleichzeitig steigt die Zahl der Erwerbstätigen. Im Jahresdurchschnitt 2010 wird es voraussichtlich 3,5 Millionen Arbeitslose geben (Aktuelle Prognose IAB).

Gegenüber dem Jahresdurchschnitt 2009 wäre dies ein moderater Anstieg um 120.000. Mittelstandsfinanzierung. Auch wenn die Wirtschaftskrise noch nicht überstanden ist, so kann man doch sagen: Die wirtschaftliche Lage hat sich stabilisiert – auch Dank der Maßnahmen der Bundesregierung.

Vor allem mittelständische Unternehmen standen und stehen im Zentrum der Bemühungen. Und diese Bemühungen haben spürbar dazu beigetragen, dass der Mittelstand in der Krise nur unterproportional Arbeitsplätze abgebaut hat.

Auch die Beschäftigungserwartungen des Mittelstandes haben sich in den letzten Monaten wieder verbessert.

Beispielhaft für diese staatliche Unterstützung ist der Wirtschaftsfond Deutschland.

Bislang sind 94% der Empfänger mittelständische Unternehmen, denen Mittel von insgesamt 5,6 Mrd. Euro bereitgestellt wurden. Das ist gut die Hälfte der Mittel, die bis Februar 2010 im Rahmen dieses Kredit- und Bürgschaftsprogramms bewilligt wurden.

Da die Kredithürden weiterhin hoch sind, spielt der Wirtschaftsfonds auch in Zukunft eine wichtige Rolle für den Mittelstand.

Entscheidend wird sein, den Wirtschaftsfonds noch passgenauer auf den Bedarf der Unternehmen auszurichten.

Gleichzeitig müssen die Mittel unbürokratisch fließen.

Bereits jetzt wurden einige Verbesserungen im KfW-Sonderprogramm umgesetzt. So wurden zum Beispiel die Zinsen weiter gesenkt und das Betriebsmittelangebot flexibilisiert.

Mit dieser Flexibilisierung können die Unternehmen für ihren gesamten für 2010 absehbaren Betriebsmittelbedarf eine Kreditlinie erhalten. Diese können sie dann für ihren schwankenden Liquiditätsbedarf nach und nach nutzen und vorzeitig tilgen.

Bemerkenswert ist, dass gerade Verbundgruppen die schlechte Finanzierungssituation oft besser meistern als nicht-kooperierende Unternehmen. Das steht im Einklang mit Ergebnissen einer Studie, nach der Mitglieder von Verbundgruppen wirtschaftlich stabiler sind als Unternehmen, die keiner Kooperation angehören.

Das geringere Insolvenzrisiko trägt zu höherer Bonität bei und erleichtert somit den Zugang zu Krediten. Dieser Sachverhalt ist auch den Banken und Sparkassen nicht entgangen. Vermehrt wird ein „Verbundgruppenbonus“ bei der Bewertung der Kreditwürdigkeit eingeräumt.

Die Zertifikate zur Bestätigung der Verbundgruppenmitgliedschaft des ZGV haben maßgeblich zu dieser Entwicklung beigetragen. Kooperation stärkt den Mittelstand. Hier sieht man ganz konkret welche Vorteile Unternehmenskooperationen gerade für KMUs haben.

Insbesondere in Krisenzeiten gilt: Wer nicht kooperiert, verliert! Aber auch in normalen Zeiten ist es für den Mittelstand wichtig zusammenzuarbeiten. Der Wettbewerbsdruck nimmt seit vielen Jahren immer weiter zu. Viele sprechen von einem Hyperwettbewerb. Die Anforderungen in allen Wettbewerbsdimensionen sind enorm gewachsen: Innovation, Zeit, Qualität und Kosten.

Unter diesen Bedingungen haben es gerade die inhabergeführten KMUs schwer, in der Konkurrenz mit den großen Aktiengesellschaften zu bestehen. Daher müssen sich Mittelständler auf ihre Kraftquellen besinnen. Neben Kreativität, Initiative, Optimismus und Einsatzbereitschaft zählt hierzu vor allem ihre Kooperationsfähigkeit.

Kooperation erhöht die Wettbewerbsfähigkeit des Mittelstandes. Zusammenarbeit lohnt sich. Opticland zeigt wie es geht: Kooperation im Bereich der Produktbeschaffung, Fertigung, Logistik, Marketing. Das alles stärkt die angeschlossenen Unternehmen. Und eine der wohl wichtigsten Kooperationsformen können wir heute live erleben: Den Erfahrungsaustausch und das Pflegen persönlicher Beziehungen.

So lässt sich Vertrauen aufbauen und das ist mit die wichtigste Ressource für gute Geschäfte. Es ist dieses Vertrauen, das den wesentlichen Wettbewerbsvorteil von Unternehmensnetzwerken darstellt. Vertrauen ist die Gewissheit, dass mein Geschäftspartner nicht nur seine eigenen Ziele im Blick hat, sondern auch meine – dass er nicht opportunistisch, sondern zum beiderseitigen Vorteil handeln wird.

Aus dieser Gewissheit ergeben sich völlig neue Geschäftsmöglichkeiten. Es ermöglicht zum Beispiel gemeinsame Forschung und Entwicklung, die ja auf einem Austausch sensiblen Wissensressourcen beruht. Daher ist es auch kein Wunder, dass kooperative Unternehmensnetzwerke eine der weltweit am stärksten wachsende Organisationsformen darstellen.

Staatliche Netzwerkförderung

Und sie erfahren dabei die Unterstützung durch die Politik. In den letzten Jahren zum Beispiel war das „Zentrale Innovationsprogramm Mittelstand“ des BMWi eines meiner Hauptarbeitsfelder. (2009 wurden für fast 5000 Vorhaben 625 Mio. Euro bewilligt) Hier haben wir u.a. systematisch eine Förderung von Netzwerken aufgebaut, die sehr erfolgreich ist.

Wir fördern etwa gemeinsame Forschungsprojekte von mittelständischen Unternehmen oder auch von Mittelständlern und Hochschulen (Modul ZIM-KOOP).

Auch das Netzwerkmanagement größerer Verbände von KMUs wird finanziell unterstützt (Modul ZIM-NEMO).

Ein weiterer Meilenstein der Netzwerkförderung wurde 2007 mit dem Spitzencluster-Wettbewerb gesetzt (Zuständigkeit: BMBF). Der Bund gibt finanzielle Unterstützung für regionale Technologie-Netzwerke von Unternehmen, wissenschaftlichen Einrichtungen und weiteren Akteure.

Seit kurzem wird zum Beispiel das „Medical Valley“ in der Metropolregion Nürnberg gefördert. Hier wird Medizintechnik der Zukunft entwickelt – unter anderem im Bereich der Augenheilkunde.

Unternehmertum

Allerdings muss man sagen: Ein Netzwerk ist nur dann stark, wenn auch seine einzelnen Mitglieder stark sind – es heißt ja auch Kräfte bündeln und nicht Schwächen vereinen.

Ein funktionierendes Unternehmensnetzwerk braucht nicht nur fachlich gut ausgebildete Menschen – es braucht vor allem starke Unternehmerpersönlichkeiten.

Ich meine Menschen mit Mut zur Veränderung und Risikobereitschaft. Solche die quer denken und auch mal ungewöhnlich Wege gehen. Menschen die Verantwortung übernehmen.

Netzwerke – wie etwa Verbundgruppen - leben vom Unternehmertum vor Ort. Ihre Mitglieder sind Unternehmer und keine weisungsgebundenen Arbeitnehmer.

Das ist ein entscheidender Vorteil gegenüber integrierten Großunternehmen, in denen der erlahmende „Dienst nach Vorschrift“ oft weit verbreitet ist.

Allerdings wird es für Unternehmensnetzwerk immer mehr zum Problem, ihre Stärke des „Unternehmertum vor Ort“ zu erhalten. In einer Studie gaben zum Beispiel 50% der Verbundgruppen an, dass es in Zukunft schwieriger wird, geeignete Mitglieder zu gewinnen.

Ein wesentlicher Grund liegt im schwachen Gründungselan der Deutschen. Die Gründerquote von 3,8% ist im internationalen Vergleich eher bescheiden (Anteil der Gründer an der Bevölkerung im erwerbsfähigen Alter pro Jahr).

Hier muss dringend etwas getan werden, denn dieser schwache Gründerelan zersetzt den Mittelstand.

Der Mittelstand lebt von unternehmerischer Dynamik und neuen Ideen. Um diese Dynamik langfristig zu erhalten, müssen wir Deutschland wieder zum Gründerland machen.

Daher steht neben der Mittelstandsfinanzierung das Thema Gründungen im Zentrum der Mittelstandspolitik dieses Jahres. Im Koalitionsvertrag haben wir eine Gründerkampagne für Deutschland vereinbart. Im Januar hat die Bundesregierung die Initiative „Gründerland Deutschland“ vorgestellt.

Hier geht es etwa darum, die Förderinfrastruktur und die rechtlichen Rahmenbedingungen weiter zu verbessern. Wir wollen etwa einen High-Tech Gründerfonds II auflegen und die Rahmenbedingungen für Wagniskapital verändern.

Damit setzen wir den Kurs der letzten Jahre fort. Die staatliche Förderung wurde systematisch verbessert. Mittlerweile ist Deutschland im internationalen Vergleich sehr gut aufgestellt - was zum Beispiel die Finanzierung und Beratung von Gründungen anbelangt.

Auch die rechtlichen Rahmenbedingungen wurden in den letzten Jahren spürbar verbessert. So etwa durch die Einführung der Unternehmergesellschaft (UG). Dennoch: Die Hauptursache der schlechten Gründerdynamik in Deutschland wurde bislang noch nicht systematisch angegangen - und zwar die mangelnde Unternehmerkultur in Deutschland.

Hier geht es um Werte und Lebenseinstellungen.

Und die werden bekanntlich vor allem im Kindesalter und in der Jugend gebildet. Doch die gründungsbezogene Ausbildung in den Schulen bildet die Achillesferse der Gründungskultur in Deutschland.

Nach den Ergebnissen einer Studie der Bertelsmann-Stiftung ist über die Hälfte der Jugendlichen in Deutschland während ihrer Schulzeit überhaupt nicht mit dem Thema Selbständigkeit in Berührung gekommen. Doch das Interesse ist da: Drei von vier Schülern würden gerne mehr in der Schule zur Selbständigkeit erfahren.

Das Thema muss daher verstärkt auf die Lehrpläne der Schulen. Und auch die Hochschulen sind angesprochen. Aktuelle Untersuchung der OECD: Engagement deutscher Hochschulen bei der Vermittlung gründungsbezogenen Wissens im internationalen Vergleich unterdurchschnittlich.

Daher muss auch an den deutschen Hochschulen unternehmerisches Denken und Handeln stärker in den Fächerkanon Eingang finden. Auch das ist ein Zielsetzung der Initiative „Gründerland Deutschland“.

In den Koalitionsverhandlungen hatte ich vorgeschlagen, die Initiative „Unternehmergeist in die Schulen“ weiter zu stärken, die wir in der letzten LP im BMWi aufgebaut hatten. Unter der Moderation des BMWi sind hier 11 überregionale Initiativen zusammengeführt, welche Projekte an Schulen durchführen.

Hier geht es zum Beispiel um die Gründung von Schülerfirmen. Diese Initiative soll nun ausgebaut werden. Darüber bin ich sehr froh. Denn wir brauchen verstärkt derartige Projekte, wenn wir eine Kultur der Selbständigkeit fördern wollen.

Dabei geht es nicht nur darum, junge Menschen zur Existenzgründung zu motivieren, sondern auch zur Übernahme existierender Unternehmen. Jahr für Jahr steht bei über 70.000 Familienunternehmen in Deutschland die Nachfolge an.

Etwa 8% der Unternehmen werden jährlich aufgegeben, weil die Nachfolgesuche kein Ergebnis brachte. Für viele Gründungswillige ist die Übernahme eines Unternehmens eine gute Alternative zur Neugründung.

Wenn wir in der jungen Generation den Unternehmergeist entfachen, so ist es wichtig, dass er auch von den richtigen Werten getragen wird. Hierzu gehört der Kooperationsgedanke. Dieser Gedanke steht für ein Alternativmodell zum angelsächsischen Marktradikalismus.

Der Finanzkrise liegt eine Kultur des „Jeder gegen Jeden“, des Opportunismus, des Egoismus und der Kurzfristigkeit zu Grunde. Solche eine Kultur führt in den Abgrund. Der Markt ist der beste Mechanismus um Innovationen und damit Wachstum zu erzielen.

Aber er muss auch sozial eingebettet sein. Der Markt braucht Normen und Werte. Die können nur in einer Gemeinschaft entstehen. Hier geht es um langfristige Beziehungen, um Beziehungen jenseits des Tausches. Hier zählen nicht nur die eigenen Interessen, sondern auch die der Anderen.

Darin besteht für mich der Leitgedanke der kooperativen Ökonomie. Es gilt Markt und Gemeinschaft zusammenzubringen. Dabei können wir auf einer langen Tradition aufbauen. Die Geburtsstunde von Verbundgruppen zum Beispiel reicht bis in die Mitte des 19. Jahrhunderts zurück. Gerade in Deutschland ist der Kooperationsgedanke fest verwurzelt – im Gegensatz etwa zu den angelsächsischen Volkswirtschaften.

Allerdings ist durch Liberalisierung und Globalisierung der Kooperationsgedanke in unserem Land schrittweise erodiert. In den letzten Jahrzehnten hieß es immer: Mehr Markt! Ich denke, eine der wesentlichen Lektionen der Finanzkrise lautet: Wir brauchen wieder mehr Gemeinschaft, die den Markt ergänzt!

Kooperative Unternehmensnetzwerke – wie Opticland - weisen hier den Weg. Sie zeigen, dass der Kooperationsgedanke in unserem Land stark ist. Wir müssen alles dran setzen, dass dieser Gedanke weiter gedeiht.